中国人民大学
国家发展与战略研究院
National Academy of Development and Strategy, RUC

抖音

灵工时代

抖音平台促进就业研究报告

中国人民大学国家发展与战略研究院课题组

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术{www.nblax520.com}专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

每日免费获取报告

1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；

2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；

3、每周分享**经济学人**

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码
关注公号
回复：**研究报告**
加入“起点财经”微信群

报告摘要

抖音平台创造了大量创业和就业机会，并间接带动了上下游产业链的多种新型就业形态，为缓解就业压力、扩大就业规模和丰富就业类型做出了重要贡献。特别是在就业难的新冠肺炎疫情期间，抖音平台提供的直播电商等就业机会，使大量从业者获得收入。

抖音平台创造的就业机会是典型的“灵工”，即强调即兴发挥、创造力和灵捷响应的灵活就业。这使抖音平台就业体系有强大的生命力和吸引力，吸引大量人才入驻，并有力带动了科技创新、产业发展和经济增长。

我们提出抖音平台就业的“舞者”模型（The DANCER Model），认为抖音平台就业的主要特征包括：多元化（Diversity）、灵捷（Agile）、创造力（Novelty）、社群带动作用（Community）、创业和企业家精神（Entrepreneurship）、责任（Responsibility）。

抖音平台就业的“舞者”模型（The DANCER Model）

对2019年8月至2020年8月的数据测算结果显示，共有2097万人通过抖音平台从事创作、直播、电商等工作而直接获得收入，其中许多都是从事互联网营销师和直播销售员的新职业。

在抖音平台直接获得收入的就业人群中，女性占54%，女性比例略高于男性。中青年是抖音平台直接就业的主力军，其中24-30岁的占比35%，31-40岁的占比32%，二者合计67%。

在行业分布方面，占比靠前的是文化教育、时尚、剧情、娱乐、才艺、美食、游戏、体育等行业。

在城市分布方面，新一线城市、二线和三线城市的就业规模最大，而处于一线和五线及以下的城市占比较低。新一线城市的就业人员占比最高，达21%。二线和三线城市的占比均为20%，而一线城市的占比仅为13%。

截止2020年7月，超400万家企业在抖音开通企业号功能，有力带动了企业就业。员工人数在5人以下的企业占41%，在5-20人的企业占比36%，二者合计77%，表明中小企业是抖音平台的就业主力军。企业号的行业主要分布在零售、服装配饰、商务服务、家具建材、生活服务、餐饮服务等，主要提供直接面向终端消费者的产品和服务。

围绕主播而形成的创业团队，衍生出运营管理、直播服务、视频服务、直播电商、辅助后勤等五大类20余种职业，包括策划、助播、场控、品控、客户服务等多种新兴就业形态。综合测算，抖音平台共计创造了3561万个直接就业岗位。

与此同时，手机、相机、话筒、三脚架、打光机、直播间布景等直播设备的生产制造，间接带动了关联产业的就业。测算结果表明，抖音平台间接带动直播设备制造产业的相关就业达56万个。

综上所述，将直接就业人数和间接就业人数相结合，抖音平台共计创造和带动的就业规模达3617万个。

鉴于抖音平台拥有强大的创业孵化和就业吸纳能力，应将其作为推动大众创新、万众创业的重要载体。各级政府部门应加大政策引导、财政扶持和监管创新，使抖音平台就业体系能够进一步健康快速发展。

目录 CONTENT

PART.1 引言

- 研究背景 05
- 研究问题 07
- “灵工”：有创造性的灵活就业 08
- 研究设计 10

PART.2 抖音平台如何带动就业

- 抖音平台就业的DANCER模型 12
- 线上直播拉动线下就业 20
- 机构孵化催生多种就业 22
- 抖音平台的就业“战疫” 24

PART.3 抖音平台就业测算

- 抖音平台就业人员特征分析 29
- 抖音平台入驻企业特征 31
- 抖音平台就业规模测算 33

PART.4 结论与展望

- 抖音平台就业的发展趋势 36
- 推动新兴就业健康发展的对策建议 37

PART.5 附录：研究方法

- 直接就业测算 40
- 间接就业测算 41

PART-

01 引言

1–1 研究背景

受新冠肺炎疫情冲击，2020年中国就业压力巨大。无论是党中央提出的“六稳”还是“六保”，都将保障和稳定居民就业置于首位。5月22日，李克强总理在做政府工作报告时特别指出要千方百计稳定和扩大就业，强调今年要优先稳就业保民生，实现城镇新增就业900万人以上，城镇调查失业率6%左右，城镇登记失业率5.5%左右。他还指出，我国包括零工在内的灵活就业人员数以亿计。在这些灵活就业人员中，大量新增就业都离不开抖音平台等的吸纳和拉动。新兴业态的出现和发展背后，有着深刻的经济背景、社会背景、技术背景和政策背景。

首先，新冠肺炎的全球大流行是人类百年未有之大变局，疫情冲击使经济、消费与就业面临多重压力，如何保障民众的就业和稳定收入，成为政府施政的关键所在。疫情冲击既使传统行业和就业受到了前所未有的冲击，也为新兴业态的发展带来了前所未有的机遇。特别是2020年初新冠肺炎疫情爆发以来，大量企业加快数字化转型和商业模式创新，纷纷通过抖音平台进行产品宣传、推广和销售，获得了持续用户增长和业务发展。

其次，抖音平台、社交电商等新兴平台的崛起，为越来越多的人创业和就业提供了平台。2016年以来，字节跳动旗下产品抖音快速发展，截至2020年1月5日，抖音日活用户（DAU）超过4亿人，成为越来越多的人“记录美好生活”的创作平台。与此同时，抖音平台也催生了大量新兴业态，为越来越多的个人和企业提供了创业、就业、增收和逐梦的巨大机会。

围绕抖音平台，已经形成了一个庞大、稳定、有序而复杂的就业体系，并对激活创业、吸纳就业、创新业态、拉动消费等产生了一系列积极影响。《字节跳动（中国）2019年企业社会责任报告》显示，抖音推出“创作者成长计划”，为创作者提供资金补贴、流量支持、技能培训、使用权限等全面支持，为从事内容创业的创作者们提供一站式服务，在一年中帮助一千万创作者在抖音变现。2019年3月，抖音启动中国首个短视频知识普惠行动——“DOU知计划”。在其推动下，截至2020年2月29日，粉丝过万的知识创作者达9万人，他们发布2586万多个知识视频，累计播放量超过2.4万亿次，使他们可以用知识普惠民众，用知识带来收益。2019年8月24日，抖音举办首届创作者大会，宣布推出“创作者成长计划”，通过优化流量扶持，提供更多创作工具，更完善的服务后台，帮助创作者在抖音上赚到钱。抖音平台陆续推出了创作服务平台、巨量星图等服务，为创作者提供更加全面的就业服务，用优质内容创作就业和增收机会。

再次，新生代员工成为社会主流与零工经济的崛起，使以短视频和直播为依托的新兴业态迅猛发展，并成为激发创业和吸纳就业的重要渠道。以90后、95后为代表的新生代，一出生就在互联网时代，这使他们对同互联网有关的工作有天然的亲切感。抖音平台提供的就业机会既有专职工作，也有大量的兼职工作，是典型的零工经济（Gig economy）。互联网技术的快速迭代和工作方式的快速转换，适应了年轻人期望变化和不断尝鲜的心理需求，并使大量自由职业者藉由短视频和直播平台而涌现和崛起。这些创作者利用一技之长在互联网上获得受众追捧，在获得丰厚收益的同时也实现了自我价值。

最后，短视频和直播平台的就业增长背后也离不开国家相关政策的大力引导和多方支持。无论是新增互联网营销师职业，还是加强新业态新模式就业统计监测研究，亦或是创新治理理念和探索触发式监管机制，相关支持的密集出台为新兴业态快速健康发展提供了良好的政策环境。与此同时，各地政府也纷纷向直播领域的从业者伸出“橄榄枝”，纷纷出台直播电商扶持政策。

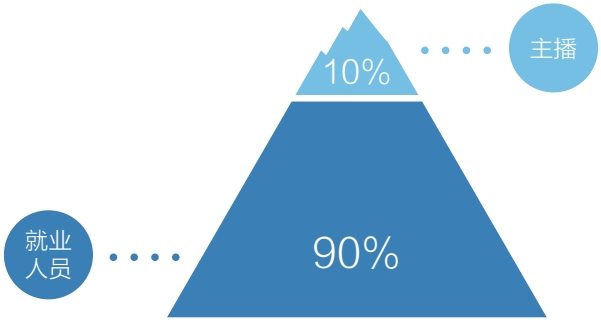
- 2020年5月11日，中国就业培训技术指导中心人力资源社会保障部、职业技能鉴定中心受人力资源社会保障部委托，发布《关于对拟发布新职业信息进行公示的公告》，新增了名为互联网营销师（职业编码：4-01-02-07）的职业，包含名为直播销售员的工种，使直播带货和网络主播的工作得到了正式认可。2020年6月29日，《教育部办公厅关于严格核查2020届高校毕业生就业数据的通知》（教学厅函〔2020〕19号）发布，新增互联网营销工作者、公众号博主、电子竞技工作者等自由职业作为高校毕业生就业统计指标，使这些新型职业得到了政策认可。2020年7月，北京市人力社保局、市教委、市财政局等部门联合出台“京8条”专项政策，支持高校毕业生灵活就业和自主创业，特别是通过短视频和直播等平台经济尝试新兴业态。

- 2020年7月14日，国家发改委等13个中央部委联合发布《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》，提出“支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业。鼓励发展基于知识传播、经验分享的创新平台。”与此同时，《意见》还提出“支持线上多样化社交、短视频平台有序发展，鼓励微创新、微应用、微产品、微电影等万众创新。”《意见》的出台将有助于推动跨部门协同治理，使短视频和直播平台的创业就业获得更好的营商环境。

- 2020年7月31日，《国务院办公厅关于支持多渠道灵活就业的意见》（国办发〔2020〕27号）印发，提出支持发展新就业形态，加快推动网络零售、移动出行、线上教育培训、互联网医疗、在线娱乐等行业发展，加大对自主创新和灵活就业的保障支持。此举将进一步帮扶抖音平台上的大量从业者，有力带动更多人在抖音平台上就业。

1-2 研究问题

在短视频和直播电商行业，人们看到的是台前的主播，但是主播背后的幕后就业则是更加值得关注的庞大就业体系。本报告认为，短视频和直播平台的就业体系就像“冰山”一样，除了台前令人艳羡的主播，其背后还有大量就业人员。冰山的特点是浮在海面上的只是冰山一角，冰山更大比例的体量则在海面以下。这些看不见的地方，恰恰是冰山体积和重量最大的部位，通常可能高达90%。



短视频和直播平台的就业体系

对于短视频和直播平台的就业而言，看得见的只是其中的少数从业者，主播背后有庞大的就业群体和较长的就业链条。比如，一名主播在直播前、直播时和直播后都需要大量团队成员分工合作，为其提供选品、化妆、打灯、场控、造型、经纪、客服等服务。由此可见，直播带动了上下游产业链的多种就业，并创造了巨大的就业队伍。

直播带货背后往往需要一支庞大的专业团队为其服务，他们分工明确并相互配合，使主播可以不断刷新带货记录。直播行业可以带动海量的就业岗位，既包括交易型就业机会（MCN机构、主播、助播、选品、脚本策划、运营、场控等），也包括行业上下游、生产、物流、交易、相关职业等多种新型就业形态。

电商直播达人李佳琦、薇娅各自都有超过2000万的粉丝，一年带货几十亿元。在央视财经《对话》栏目中，薇娅介绍她有一支500多人的队伍，为其提供商品筛选推荐直播服务工作。李佳琦介绍他的团队规模不断壮大，很快从100多人增长到300多人。为了确保商品质量，他专门组建了一支质检团队，所有团队成员都拥有食品研究、化工测试等专业的研究生学历。

2020年6月22日，招聘平台BOSS直聘发布了《2020上半年直播带货人才报告》，显示2020年上半年直播带货主要岗位的人才需求量是2019年同期的3.6倍，求职者规模是去年同期的2.4倍。主播、运营和选品是直播带货产业链中的关键人才，也是需求量最大的三个岗位。带货主播的平均月薪为11220元，带货运营为8825元，直播选品为8815元。带货主播的从业者以年轻女性为主，女性比例达78.2%，年龄在25岁以下的占48.1%，学历在中专及以下的占31.3%。

本报告将对抖音平台吸纳和带动的就业规模、类型和结构进行测算，并选取典型案例探讨抖音就业平台的主要特征和发展趋势。目前有关数字经济及其就业影响的研究主要关注网约车、民宿、共享单车等共享经济领域， 对于短视频和直播方面的就业影响还缺乏研究。 因此，对抖音平台的就业吸纳和拉动作用进行定量测算和定性分析，既有重要的现实意义，也有较大的学术价值。

1-3 “灵工”：有创造性的灵活就业

抖音平台所创造的各类就业带有强烈的灵活性和创造力，既不同于传统行业的工作机会，也同其他平台的就业岗位有明显差别。我们可以将抖音平台带动的就业称为“灵工”，它们不完全是灵活就业或打零工，而是有很强的自主性和创造性，并需要进行快速响应和随需而变。

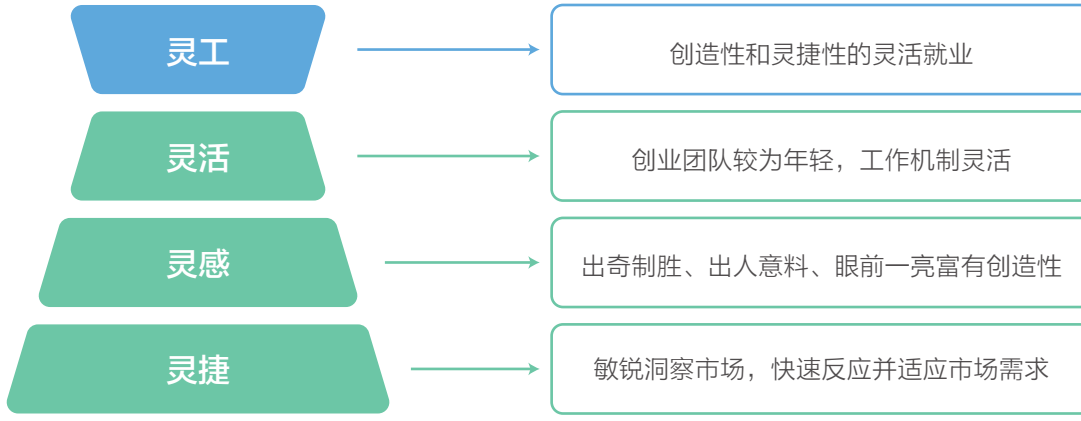
抖音平台创业就业的“灵工”特征

首先，和传统制造业、服务业的企业相比，抖音平台上的就业更为灵活，而且以自雇为主。由于抖音平台的创业团队都较为年轻，工作招聘机制很灵活，使求职者可以快速上岗就业，从业者则可以快速获得收入。特别是一些直播达人，可以在家架起一部手机，就能够通过抖音平台连线直播和获取收入。这使许多人可以足不出户地在家工作和就近择业，在工作时间方面也有较强的灵活性，对于平衡家庭与工作的关系有积极意义。

其次，区别于餐饮外卖、网约车等以体力劳动为主的零工，一定意义上可以说抖音平台创造的就业机会是富有创造性的灵活就业。要想在抖音平台获得万众瞩目、大量转发和广泛评论，必须要出奇制胜，通过出人意料和令人眼前一亮的方式吸引受众关注。换句话说，抖音平台上的网络营销师、主播等新兴就业是典型的“灵工”职业，需要灵活、灵魂和灵感的融合，即时间灵活，以精神劳动或脑力劳动为主，并需要有创造力、灵感和灵气。

与此同时，短视频和直播行业的风尚变化较快，需要快速反应并适应市场需求。特别是时装、美妆等直播电商行业，流行时尚瞬息万变，需要敏锐地洞察市场需求并对之快速响应。这类似于随需而动的灵捷制造，根据市场和订单来组织生产和管理库存。因此，抖音平台带动的就业也需要灵捷管理，是一种灵捷性较强的工作。

基于上述对灵活、灵感和灵捷的探讨，我们将抖音平台带动的就业称为“灵工”。灵工意味着有创造性和灵捷性的灵活就业，并使其对许多创业者和求职者充满吸引力。特别是对新时代员工而言，灵工使他们可以发挥一技之长，开展富有创造性的工作，并通过短视频和直播带来的受关注度而获得强烈的职业成就感。灵工也意味着就业者需要终身学习，不断适应短视频和直播平台的发展趋势，并能够及时“充电”来获得新的增长。



抖音平台创业就业的“灵工”释意

1–4 研究设计

抖音平台提供的直接就业机会类型较多、就业规模较大，间接拉动的就业链较长、就业面较广，因此进行精确测算的技术难度较大。为了能够客观、精确地对抖音就业体系进行测算，我们将采取如下研究设计。

为了对抖音平台就业人员的拉动作用进行深入分析，还需要考察抖音平台带动了哪些人群的创业和就业。比如，哪些群体受益最大？哪些地区的人员就业最多？不同性别、年龄、专兼职、职业类型、身份等的分布情况如何？我们将抖音平台吸纳和拉动的就业分为两大类，分别是直接就业和间接就业，即“台前”（线上）和“幕后”（线下）两类就业。

直接就业指创作者、专业主播、助播等就业类型，其规模和类型能够从抖音活动数据反映。目前，抖音平台集聚了饮食、母婴、宠物、时尚、美妆、汽车、文化、教育等许多行业和领域的内容提供账号，其背后都有较强的就业拉动和增收能力。间接就业指抖音平台拉动但是无法在抖音平台显现的就业类型，包括创作者和主播背后的策划、专业运营、多渠道网络（MCN）、公会运营、供应链管理、直播设备生产调试、产品物流配送等相关就业类型。对于间接就业的带动效应，需要以典型行业和领域进行测算，确定就业转换系数，考察直接就业对上下游产业链的间接就业带动效应。

与此同时，我们对抖音平台就业的若干典型案例进行重点分析，并总结这些就业的主要特征。我们重点关注年轻人、女性、农民、退伍军人、残障人士、贫困户、三四线城市和偏远地区等群体的就业和创业故事，因为他们更加迫切需要获得就业和收入，往往面临更大的就业挑战。基于此，我们总结抖音平台带动创业和就业的特点，并提出进一步发展新兴业态的对策建议。

PART-

02 抖音平台如何带动就业

2-1 抖音平台就业的DANCER模型

抖音平台的就业人员规模庞大，就业类型多样，就业形态各异，呈现出鲜明的就业特色。我们认为抖音平台带动的就业可以用“灵工”来概括，即其具有灵活、灵气和灵捷等特征。我们进一步提出“舞者”模型（The DANCER Model），用DANCER 的6个首字母所代表的词组来概括抖音平台就业的主要特征。这些特征包括：多元化（Diversity）、灵捷（Agile）、创造力（Novelty）、社群带动作用（Community）、创业和企业家精神（Entrepreneurship）、责任（Responsibility）。

抖音平台就业的核心特征

特征	释义
多元化（Diversity）	抖音平台就业是高度职业和专业多元的
灵捷（Agile）	抖音平台就业是零工经济代表，需要高度灵捷
创造力（Novelty）	抖音平台就业是有创造力和即兴发挥色彩的
社群带动作用（Community）	抖音平台就业通过社群带动作用来建立互信
创业和企业家精神（Entrepreneurship）	抖音平台就业即创业，有很强的企业家精神
责任（Responsibility）	抖音平台就业反映了高度的企业社会责任

2-1-1 多元化（Diversity）

抖音平台创造了大量不同类型的就业，除了人们看到的主播，还有其背后许许多多的不同职业和工种。很多不了解抖音平台就业实际情况的人，会以为玩抖音的是“瞎闹”或“不务正业”。但是，当他们看到越来越多的人在抖音平台上找到了工作并获得了收入，看到这些人在“记录美好生活”的同时也让越来越多的人可以创造、享受和分享美好生活的时候，就彻底改变了最初的偏见。实际上，抖音平台的就业是高度职业化和专业化的（Professional），并非人们想象的可以

不经训练谁都可以“一炮走红”和“一夜成名”。恰恰是一批本身就有一技之长和深厚积累的人，通过抖音平台而从默默无闻走向万众瞩目。人社部、教育部等政府部门肯定互联网营销师等新职业，也意味着从业者是有专业性和职业性。当然，抖音平台上的主播带有较强的“表演”（Performance）色彩，这同短视频和直播的技术特点有关，即强调多媒体和戏剧性。但是，“台上一分钟，台下十年功”，只有足够长期的积累和积淀，才能爆发出持久而深远的影响力。与此同时，大量从业者作为幕后的贡献者，也在通过分工日趋明细和专业日趋凸显的方式，树立抖音平台的专业水准和职业精神，使抖音平台就业呈现强烈的多元化色彩。比如，以下案例就反映了抖音平台就业的多元化色彩。

案例

安秋金（抖音号：@贫穷料理）是出生于1996年的95后南京少年，从小喜欢美食和做饭。毕业后他开始在抖音上拍摄美食视频，融入说唱、单口相声和中国风的元素，把做饭这件事情做成了一份事业。

他用独属于自己的新潮方式，在网上教人做饭，收获2000万粉丝。今年开始，安秋金在抖音直播带货，帮助疫情期间销路受阻的农民售卖农产品，帮助农民增收。他在网上教上万人做饭和吃饭，用自己的创业证明90后不是被外卖毁掉的一代。

安壮（抖音号：@叫我学长）是一个1998年出生的标准95后，大学学习专业是影视摄影与制作。

安壮有着这代年轻人的勇敢大胆，敢于尝试未知，永远对新事物有好奇心。2019年1月，他用抖音记录下爷爷奶奶的爱情故事，“91岁爷爷的故事”系列短视频吸引数百万次浏览和转发。他逐渐成为拥有百万粉丝的创作者，人生就像开了挂，逐渐从家长口中的“反面教材”转变成“别人家孩子”，从没有存在感的学渣转变为实现学生时代经济独立的创业青年。

2020年，安壮本科毕业，又和女朋友一起运营抖音账号@小欧同学，拍摄两人旅行经历和生活中的点滴。他们全职做创作者，依靠广告、带货等方式获得的收入已远超上班族。

安壮（抖音号：@叫我学长）

2-1-2 灵捷（Agile）

抖音平台的大量就业是自主就业、分时就业、兼职就业、副业创业，是典型的零工经济（Gig economy）代表。抖音平台使许多人实现了灵活就业，成为工作时间灵活而收入颇丰的自由职业者。零工经济适应了新时代员工的心理需求，使其能够得到年轻人的青睐。抖音平台为大量创作人和主播提供了施展才华的舞台，使他们可以发挥自己的一技之长，获得可观的收入，并在抖音实现创业梦想。这其中既有专职工作者，也有兼职工作者，并在性别、年龄、学历、行业、地区等维度呈现多元化发展态势。

在工作—家庭平衡方面，抖音平台就业的灵活性表现得非常突出。平衡工作与家庭的关系是新时代员工普遍追求的职业价值观，也获得了越来越多从业者的重视。传统工作往往是“朝九晚五”，乃至因为加班而导致“996”的工作时间表。职住分离使上班族不得不花费较长时间在上下班的路途上，而大量从业者因为工作的原因而背井离乡或异地分居。抖音平台提供的许多工作使“宅就业”成为可能，大量从业者可以足不出户地工作和赚钱。这使很多年轻人不再迷恋大城市，而选择可以兼顾家庭与工作的中小城市创业和工作。

抖音平台就像一个“擂台”一样，英雄不问出处，更加看重的是创业者和就业者的胜任力。因此，抖音平台的主播、创作者等就业都注重胜任力导向，而不看重学历、履历、年龄等身份因素。这意味着抖音平台的就业是普惠性的，任何人只要有一技之长或过人之处，都可以在抖音平台上找到理想的创业和就业机会。与此同时，短视频和直播的风向标瞬息万变，这意味着创业者和就业人员都必须建立和提升灵捷响应能力，快速识别市场需求并作出反应，以适应瞬息万变的市场行情。以下案例就反映了抖音平台就业的灵捷特征。

案例

房琪（抖音号：@房琪kiki）是一个一年中有超过300天都行走在路上的姑娘。从北漂、央视主持人到抖音优质视频创作者，一路跟随自己的内心，一路勇敢向前。

与抖音相遇的三年，她发布的200多个旅拍作品获得7000多万次赞，超过800万名粉丝跟着她的视频周游天下，即使身在办公室也仿佛拥有了行万里路的体验和感动。如今她在抖音是全职旅游创作者，通过推广景区、广告等方面获得收入。

2-1-3 创造力（Novelty）

抖音平台的各类工作，特别是创作者和主播，都在进行富有创造性、创新力和情感表达的工作。无论是短视频制作还是直播，都有很强的即兴发挥色彩，这是其在很大程度上不同于其他共享经济平台就业的特征。比如，短视频要想成为被“刷”千万次的“爆款”，就必须有令人赏心悦目或意料之外的过人之处。再如，直播要想“抖起来”，就需要有能够引发粉丝关注的精彩桥段或插曲，而这同主播及其运营团队的创造力和即兴发挥能力密不可分。

一方面，基于个性化推荐，真正使抖音平台实现了“世界是平的”。公平的游戏规则意味着“只要是金子就会发光”，抖音平台让许多名不见经传和默默无闻的创作者一夜之间成为人人追捧的“网红”。

另一方面，只有富有创意、出其不意和令人耳目一新的创作者和主播，才能通过短视频和直播在高手如林的抖音平台上脱颖而出。抖音平台每时每刻都有数以千万计的短视频和直播在推陈出新，而要想在如此众多的产品中赢得一席之地，必须有令人见所未见、闻所未闻的独创性、颠覆性或新颖性。由此可见，这也意味着抖音平台就业对即兴发挥和创造力有着更高的要求。以下案例就反映了抖音平台就业的创造力特点。

案例

邓攀攀（抖音号：@邓攀攀儿）生活在四线小城市四川眉山，他在网上受到大量关注，是从用抖音记录外公在乡下生活的日常片段开始的。

在视频里，这个24岁的大男孩常常和外公一起干农活、喂鸡鸭、下厨做饭、清理院子。爷孙俩在乡下生活的温馨片段，很像在很多电影展上得奖的纪录片《四个春天》，一部记录导演的父母在老家小城生活的“散文诗电影”。如今，他是专职抖音创作者，靠广告获得收入，也在抖音直播带货，带动家乡特产销往全国。

2-1-4 社群带动作用（Community）

抖音平台提供的就业之所以规模庞大而形式多样，就在于平台自身所提供的强大赋能（Empowerment）作用。这同抖音平台的互联互通能力有关，它使创业和就业可以实现低门槛、广覆盖、长链条、线上线下融合。抖音平台的火爆让大量人员找到了创业就业机会，并进而通过互联互通而带动更多的人投身其中。抖音平台积极搭建多种服务平台，为创作者、主播、企业号、MCN等提供多元立体的增值服务，使其能够突破进入门槛并步入业务发展的快车道。与此同时，来自平台的专业服务和技术支持，使创业和就业的门槛大为降低，并使创业的成功率和就业的可持续性也显著提高。“平台+创业”“平台+就业”的就业模式，使平台赋能的作用凸显，并吸引越来越多的创作者加入抖音。

抖音平台为创业就业提供平台赋能

抖音是强社交属性的平台，而社交为人们创业、求职和合作提供了关键支撑。刷抖音让人与人之间通过短视频而建立了联系，看直播则让主播与观众之间架起了桥梁。这些社交属性较强的沟通，为电子商务、业务合作等提供了便利条件，由此催生直播电商、在线教育等新兴业态的迅猛发展。主播与粉丝之间的关系不仅仅是商业交易和经济往来，而且更加重要的是嵌入其中的社交网络。虽然直播电商的供应商、消费者和主播等交易各方之间是陌生人，但是通过抖音平台的强社交属性而建立了互信互赖。这种较强的社交属性可以降低交易成本，并使供需双方都能够获得不同于其他平台的使用体验。

抖音平台提供的工作机会不仅仅是一份简单的工作，而是意味着就业者加入到了一个由互联网和社交媒体构筑的社群（Community）之中。之所以人们对发布短视频和直播的从业者追捧，就在于他们彼此之间建立了有别于单纯经济交易的社交联系乃至信任关系。在创作者与粉丝之间、主播与粉丝之间，不单纯是买卖和交易的经济关系，而是产生了很强的社交属性和用户粘性，并使彼此得以建立起陌生人之间的互信。恰恰是基于社群的信任、互惠和交互，使这些工作机会为从业者带来了与众不同的社交和情感体验。与此同时，从业者也要像爱惜自己的羽毛一样真诚奉献，真正值得并赢得粉丝的信任，才能避免被激烈竞争的市场所淘汰。以下案例就反映了抖音平台就业的社群属性。

案例

企鹅妈妈（抖音号：@企鹅妈妈）是95后宝妈，2019年4月开始在抖音上发布短视频，分享她的待产和育儿经验，也把自己用过的产品分享给抖音上更多的妈妈们。随着越来越多人关注，企鹅妈妈从电台辞职专职做抖音，58万人找她买东西，带货一个亿。在今年的一场直播中，企鹅妈妈直播销售额达到300万元。

企鹅妈妈（抖音号：@企鹅妈妈）

毛娟（抖音号：@阿鹃说茶）是贵州省雷山县人，2017年从工作十年的县旅游局辞职，接手了家里的茶厂，继承家族的制茶手艺。当地少数民族居多，最大的产业是旅游和农业。农业主要就是指茶叶，是当地的扶贫支柱产业。

2019年，抖音文旅扶贫项目“山里DOU是好风光”落地雷山，毛鹃开始学习视频拍摄。经过培训，她在抖音开通账号，通过短视频和直播来传播当地的银球茶，过程虽不易，但也颇有成效。去年6月，毛鹃通过抖音销售了29万元茶叶，带动贫困户400余人。她与16个村建立合作关系，并与其中85户签订了协议。

毛娟（抖音号：@阿鹃说茶）

安化位于湖南省中部，一直是贫困县，直到2019年4月才脱贫摘帽 。安化有110万人，其中36万是茶农，去年差不多有十万人靠卖茶叶脱贫。4月3日晚上七点，**县长陈灿平**身穿鲜艳的橘黄色帽衫出现在直播间。这是一次较为大型的直播，抖音平台联合全国五个县的县长，集中在4月2-3日直播卖茶，陈灿平是其中之一。这场直播的效果非常好，在线观众总计53万，销售了4.1万单，总计255万元。类似这样的直播，每场能帮助两三百名茶农。

2017年年底，时任鹤壁市团市委宣传部部长的田昕**（抖音号：@戴草帽的85后）**，主动要求到牛横岭村担任驻村第一书记。牛横岭村是一个典型的山区村，也是多年的省级贫困村，庄稼粮食产量很低。每家每户都会种植红薯这种好生长、不挑地块的粮食作物，吃不完的红薯就加工成方便储存的红薯淀粉和粉条。2018年下半年，田昕在抖音号用8张打印好内容的A4纸向网友“求关注”，号召网友购买村里的粉条。不到24小时就积累了上千万播放量，获得50多万人点赞，被称为“粉条书记”。之后，田昕经常通过抖音宣传推广家乡的农产品。2019年，田昕通过抖音推广带动粉条销售3万斤，带动70户贫困户脱贫。

李园园（抖音号：@不火的冠军）退役前曾是中国残疾人自行车队运动员，11年职业生涯总共获得46块奖牌，含国际比赛三块金牌。退役后李园园回到家乡连云港，为了不闲着，2019年她在抖音做起了直播带货，将家乡特产卖向全国，成功转换人生赛道。

开始时，李园园对这种直播方式很陌生，但是时间一久，她也慢慢地调整心态，现在已经喜欢上这种自主创业模式。每天，她一般下午去打包海鲜，晚上回来直播，第二天一早又忙着打包、发货。在她看来，现在的直播带货非常好，她每天在边学习、边摸索、边成长。

2-1-5 创业和企业家精神（Entrepreneurship）

抖音平台上的就业在很大程度上是创业，特别是以主播和创作者为代表的分时就业和灵活就业，往往是以个体户或小微企业的形式运营。在抖音平台上挖到的“第一桶金”，助力这些从业者进一步扩大企业规模并实现成功创业。抖音平台也助力企业通过线上推广带动线下就业，而这些线下看不见的就业，恰恰是实实在在的就业。与此同时，这些自主创业者所具有的企业家精神，使其能够迅速成长，伴随着新兴业态的迅猛发展而获得巨额回报。MCN和公会通过专业孵化能力，带动一大批创作者和主播成功创业，并由此衍生出更多的就业机会。以下案例就反映了抖音平台就业的创业特征。

案例

潘仕学（抖音号：@贵州麻料春富银匠）是一名80后，在贵州黔东南苗族侗族自治州雷山县一个叫麻料村的传统苗族村落中长大。这里80%以上的人都是银匠，也被叫做“银匠村”。如何让偏远山村的银饰卖出去，是一直困扰潘仕学的 问题。

2019年，他学着拍抖音、开直播，展示苗族银饰的制作过程和背后的文化之美。很快，他就收获了大量订单，再也不用翻山越岭寻找生意，短视频代替了那条漫长的出山之路。开抖音三个月后，销售流水过百万。当地外出打工的年轻人，也因此开始返回家乡向他拜师学艺。

潘仕学（抖音号：@贵州麻料春富银匠）

2-1-6 责任（Responsibility）

抖音平台提供的就业机会不仅是一份工作，而且意味着较强的企业社会责任，体现了企业回馈社会的初心。抖音平台通过“创作者成长计划”、“爱心助农行动”等一系列公益项目，带动一大批社会弱势群体就业，并为许多受疫情等因素影响而陷入经营困境的企业提供援助，使其就业有很强的企业社会责任色彩。特别值得一提的是，抖音平台带动了年轻人、女性、退伍军人、残障人士等群体的创业就业，使他们通过拍摄短视频和直播找回了自信，并带动更多的人就业。与此同时，抖音平台扶弱济贫，为贫困人口创造了大量就业机会。抖音平台特别是在中小城市和偏远地区发展迅猛，有力推动了脱贫攻坚事业。抖音平台上的许多从业者返回家乡创业，并带动全家乃至全村脱贫致富，也体现了一种对家庭和家乡的责任。以下案例就反映了抖音平台就业的企业社会责任色彩。

案例

胡子哥（抖音号：@乡村胡子哥）的家乡位于陕西平利县，崇山峻岭的地形制约着家乡经济的发展，农民只能听天由命，靠山吃山。过去成堆的当地特产阳荷姜只能烂在农户家里，农户只能等着经销商来收购。但是，价钱低的可怜，有的农户甚至只能把阳荷姜倒进猪圈喂猪。

2019年，胡子哥先后通过抖音为家乡正阳镇销售了一万多斤阳荷姜，还帮助国家级贫困县富平柿饼、巫山脆李等山货出山，让上百户贫困农户实现增收。

何瑜娟（抖音号：@嘉绒姐姐阿娟）

何瑜娟（抖音号：@嘉绒姐姐阿娟）是嫁到四川阿坝州小金县的川妹子，这里是中国嘉绒藏族聚居区之一。

阿娟利用抖音销售藏区农产品，帮助农户实现增收已经是何瑜娟日常生活的一部分。2018年，在她的带动下，一年销售农产品300万元，精准扶贫当地500多户贫困户和农户。阿娟通过抖音短视频开创了一条不一样的脱贫致富路，让全国人看见了藏区的美景、美食和美好，她自己也被藏民亲切地称为高原上最美的“格桑花”。她用抖音帮助当地农产品外销的故事，是移动互联网时代短视频脱贫的“藏区标本”，央视点赞她是“高原上的‘格桑花’”。

吴光剑（抖音号：@汶川西羌红宝藏屋）是95后，2015年入伍海军陆战队164旅装甲团装甲三连，2017年9月退役。他退伍后在南京上班，但是当时年薪十几万的吴光剑并不甘于现状，总想着可以为家乡做更多贡献。

2019年，他带着女朋友从南京回农村老家创业，这一决定得到了父母朋友的支持。回到家乡后，他注册了抖音账号并建立了抖音小店，拉着姐姐和女朋友一起直播，售卖汶川当地应季水果。他们白天上山采摘、严格选果发货，晚上直播带货，帮助全村200多名农户打开销路，平均单日销出2000斤甜樱桃。

他们通过抖音直播宣传汶川、宣传羌族文化、宣传汶川甜樱桃，推广羌族的服饰和汶川的土特产，让更多人知道并真正了解汶川。

2-2 线上直播拉动线下就业

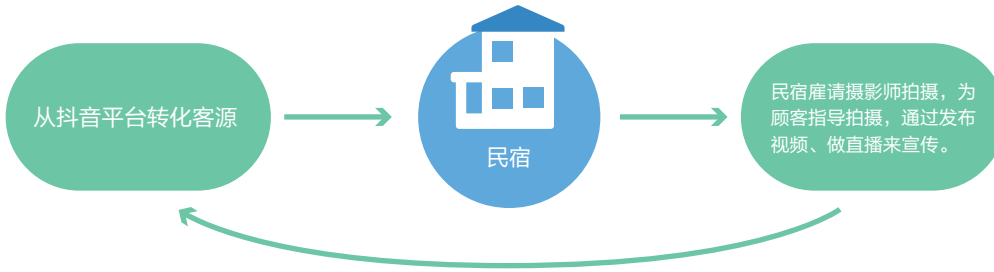
抖音平台为入驻的企业提供了多维支持，使企业可以利用抖音平台进行产品和服务的推广、宣传和营销，并由此实现客源导流。抖音作为平台企业，为入驻企业提供了强有力的技术赋能，并加速推进这些企业运营的数字化转型。特别是酒店、餐厅、景区等，通过抖音平台进行推介，使企业得以吸引和留住客户，并新增抖音运营等就业岗位。

抖音平台带动的创业和就业机会，既有“锦上添花”，也有“雪中送炭”，还有“助一臂之力”等多种方式。

·所谓锦上添花，指一些已经运营比较好的企业，通过抖音普通增加了宣传和销售渠道，使区域性企业走向全国，使企业产销实现跨越式发展。以下案例就反映了这一点。

白马轻奢主营民宿、旅拍，成立于2010年，坐落于云南丽江古城观景视野的狮子山。从抖音转化的客源比例高达80%，且到店顾客有70%会拍抖音。民宿专门雇请摄影师拍摄，为顾客指导，吸引站内达人拍摄，形成商家、达人、用户三种角色共同生产内容。通过发布视频、做直播，民宿宣传效果明显。很多用户通过短视频进入直播间，直播转化效率较高。抖音产生裂变效果，通过客户转化而增加旅拍收入。

五号山谷成立于2013年，位于世界自然遗产湖南张家界国家森林公园，拥有多处网红拍摄点，吸引年轻人拍摄抖音。民宿有40个工作人员，其中新媒体营销人员4个，他们专职做抖音宣传。40%-50%的客人是从抖音转化而来，视频和直播的转化效果都很好。短视频可以日常呈现民宿的网红点及不同客人的内容，相当于一个日常曝光的入口。直播转化的优势在于主播可以面对面交流，亲切感强互动感强，粉丝粘性强。很多客人通过抖音认识这间民宿，并带动周边民宿重视抖音营销。



民宿通过抖音平台进行推介

· 所谓雪中送炭，指因为疫情而处于经营和生存困境的企业和个人，通过抖音普通而实现了生产自救和就业自助。以下案例就反映了这一点。

山西饭店成立于1998年，是一家集餐饮、客房、会议会展、商务接待为主的高星级特色文化主题酒店。酒店有660名工作人员，有8个专职运营抖音的人员，有50%客源来自抖音转化。账号运营初期以短视频营销为主，通过正能量短情景剧讲述围绕山西饭店发生的一个个暖心小故事，引发共鸣、积累粉丝并销售团购。在粉丝积累到5万之后，酒店开始进行团购直播，转化效果较好。疫情之后，抖音帮助餐饮商户更快复苏。截止6月底，酒店经营水平已恢复到去年同期的80%，复苏情况明显好于业内其他商户。

图 山西饭店

· 所谓助一臂之力，则是抖音平台为大量企业、创业者和从业者提供多方面的支持，通过流量变现等方式，通过线上推广带动线下就业。以下案例就反映了这一点。

福建省侠天下旅游区于2014年成立，地处福建三明市尤溪县，是全国首创侠文化山水体验景区，有玻璃悬桥、空中玻璃漂流等网红项目，威亚飞仙则是抖音爆火项目。商家拥有工作人员100人，专门设立新媒体部，有2位兼职人员做抖音运营。抖音推动客流持续增长，很多人都是看了抖音短视频而来，预估有50%是从抖音转化的客源。

2-3 机构孵化催生多种就业

MCN和公会的策划与运营，使创作者和主播可以获得专业团队的支撑，并带动更多参与者参与团队运营。以MCN旗下达人为例，为其配备的工作人员数量至少为4个（包括负责人、运营、摄像、剪辑），表现较好的达人则有多达20人的专业团队提供各方面的服务支持。

在这些运营团队中，职业类型多种多样，统计显示至少有20种，大致可以分为如下类型：

运营管理类	直播服务类	视频服务类	直播电商类	辅助后勤类
▪ 策划 ▪ 制作 ▪ 运营 ▪ 运营助理 ▪ 经纪 ▪ 商务	▪ 主播 ▪ 直播间运营 ▪ 直播间助理 ▪ 助播 ▪ 控场助理	▪ 视频策划 ▪ 视频助理 ▪ 摄像 ▪ 剪辑	▪ 客服 ▪ 选品助理 ▪ 仓库等电商团队人员	▪ 财务 ▪ 化妆 ▪ 保洁 ▪ 助理 ▪ 其他

无忧传媒

无忧传媒是一家成立于2016年的大型MCN，目前已是抖音MCN第一机构，在北京、杭州、上海、广州、成都、长沙、重庆、武汉、安徽等地涉足。该MCN主要经营网红经纪业务，从娱乐直播起步，同时发力直播、短视频和电商，签约达人不断增长，2017年即达到1万人，2018年开始运营抖音后签约达人突破2万人，2019年签约达人超过3万人，2020年签约达人突破4万人。

成立四年以来，无忧传媒稳健向上发展，拥有娱乐直播、短视频内容商业化、电商及店铺代运营、整合营销、音乐制作发行、游戏电竞、艺人经纪等主营业务。截至目前，公司达人矩阵人数已超过5万，全约达人近2000人，其中近三分之一是才艺达人。公司拥有众多金牌主播、超级大V和全网现象级红人，全网平台粉丝总量超9亿。

无忧传媒

无忧传媒的旗下知名达人“多余和毛毛姐”粉丝突破3000万，而其本人是个有才华的贵州小伙子。他在搞笑短视频里擅长一人分饰多角，表演风趣搞怪。与无忧传媒签约前，“多余和毛毛姐”只有几十万粉丝，而2018年签约后不到两个月，抖音粉丝数就增长1700万。公司组成20多人的核心运营团队，对他进行专属打造。公司创造了大量就业岗位，工作人员超过1500人。

公司组织架构由三部分组成：直播事业部700多人，内容与商业化事业部300多人，电商事业部300人。为了做好精细化运营，今年还将继续增加600多名应届毕业生岗位。专业MCN开拓了传统艺人的“新媒体运营”模式，并在红人矩阵的基础上拓展了大量就业机会。

零壹传媒

零壹传媒成立于2016底，是一家致力于深耕精品内容与社会化营销服务的短视频供应商，专注内容孵化，成功孵化战狼姐妹花、魔力三姐妹等IP，独创性内容+精品化制作+专业化运营是其核心。机构签约带货达人6位，才艺达人8位，娱乐主播30多人。目前公司有工作人员90人，下设内容制作、精准运营、渠道销售、媒介管理等部门。

彦祖文化

彦祖文化身处三线城市安徽铜陵，但是这家MCN竟然一年内就成为抖音最能带货的机构之一。2018 年的9 月，彦祖文化旗下账号超过了月播放量达8000万，月机构涨粉100万，入选抖音首批官方认证的 MCN 机构。如今，平台全网粉丝过3000万，视频月播放量达2亿次，并自孵化了媛媛酱、熊猫妈妈、企鹅妈妈、旅行达人华仔、豆芽开箱日记等数十位抖音达人，带动50多人就业。

2-4 抖音平台的就业“战疫”

抖音平台在疫情防控与复工复产方面表现突出，通过直播带货等方式为农户销售农副产品提供渠道。因为疫情而处于经营困境的企业和个人，通过抖音实现生产自救。

· 抖音平台助力武汉抗疫和恢复

2020年4月8日，在商务部电子商务司的支持下，抖音与湖北省互联网信息办公室、商务厅、农业农村厅联合发起“湖北重启　抖来助力——抖音援鄂复苏计划”，投入百亿流量、发起百场直播，多项举措支持湖北高效复工复产。为帮助湖北省13个地级市州打造城市名片，还开展13场“市长带你看湖北”直播活动，推介当地农产品、食品、消费品，将湖北优质商品推向全国消费者。

武汉副市长李强（右一）在抖音直播间

相关活动累计帮助湖北商家销售472万件货品，销售额2.34亿元；带动92件湖北农产品销售，其中26种来自贫困县，是当地的支柱产业，如秭归脐橙、洪湖莲藕；助力湖北5643家中小企业开拓市场渠道，实现销量回升；为16757个湖北企业减免认证费用；为30多家湖北MCN开启入驻绿色通道，缩短审核周期至1个工作日，帮助他们尽快实现营收；面向湖北企业开展99场新媒体培训、52场直播实操培训等专项。

恩施州副州长李岩（左一）在抖音直播间

· 抖音平台助力线下实体经济复工复产

疫情期间，百货商场等线下消费业态受到较大冲击。2月28日，**株洲王府井百货（抖音号：@株洲王府井百货）**正式入驻小店，打通抖音直播带货全链路。10多家零售大牌在株洲王府井百货抖音官方号上进行连续不间断专场直播，共计直播了11个小时，充分利用了商场夜间的时间，观看人

数突破83万，获赞数超7万人次，增粉6万，直播时跳转至电商平台销售量超3000件，销售额达240万元。

山东银座商城（抖音号：@银座云生活）4月份在抖音开启直播，一场直播中官方账号增粉1.6万，观众人数达15.7万，单场同期在线人数超过4000人，订单总数达850单，总销售额达71.8万元。

疫情对实体门店销售影响较大，但是直播则有力推动企业转型。2月29日，**长虹·美菱中国区总经理吴定刚**化身主播，来到抖音直播间，2小时斩获45000余台订单，销售突破1亿元，整场直播同时在线人数峰值达5.7万人。直播间内，吴定刚带领网友云游“亚洲首条5G数字生产线”，多个角度展示电视细节，讲解不同类型电视特点，并在直播间派发大额红包和多重购机福利。

新小晴（抖音号：@新小晴）所在的公司是服装行业中最源头的研发、设计公司。公司在广东番禺有三万多平米的厂房，在韩国首尔也有开发设计部门。公司员工有600多人，与他们关联的十几家小型服装工厂也有2000多名工人。但今年受到疫情影响，所有批发市场都不能开业了，所有人面临失业。他们尝试在抖音直播，其十几家商户在抖音联合直播。他们通过抖音销售单品6000余件，单日销售额122万元，比日常五到十万的销售额，还高出了十倍不止。

· 抖音平台为企业生产自救提供创新模式

此外，其他行业也纷纷利用抖音实现生产自救，在疫情期间保障员工就业和收入。比如，售楼企业利用线上VR、直播看房与抖音营销，成功稳住住房租售业绩。旅游行业受疫情影响严重，一些旅游集团为了在疫情中突围转而进行抖音直播卖消毒液。实体书店在疫情下经营惨淡，一些实体书店利用抖音直播自救，通过线上社群带货。娱乐行业也不例外，通过抖音直播实现“云复工”，既增加收入也捧红了喜剧人。广州十三行、株洲芦淞服装市场、杭州四季青是中国典型的服装产业带，疫情期间通过抖音线上带货，将积压的商品销售出去，缓解了线下无客流的压力，还顺利帮助企业转型，业务获得增长。

3月20日，三一重卡在抖音直播，2小时就卖出186辆重型卡车，销售额达到5000万，一举打破重卡行业的销售数据。许多企业做直播，是花一笔钱，请网红或者代理机构，但三一重卡选培养自己的直播团队。三一重卡董事长梁林河也成了抖音直播间的常客。他在抖音开通《董事长面对面》栏目，累计获得上千万播放量。他还联合抖音推出“省出美好传递爱”挑战赛、手势舞等一系列活动，话题播放量更是达到了惊人的21亿。现在，三一重卡在抖音已经有8.5万粉丝，获得超过66.6万赞。

往年即便是春节期间，黄程所在的吉越吉利4S店里也会有员工轮流值班，保证客户节假日期间的买车需求。今年由于疫情原因，店铺不能正常营业，顾客也都不愿出门。春节之后，店里员工们就开始用个人账号在抖音直播帮客户远程看车、了解车型。从2月5日开始，吉越吉利4S店每天下午3:00-4:00，在抖音上“直播卖车”。没想到，一场直播成交25辆，是平时5倍。

2020年6月20日，**融创（抖音号：@融创华南）**在抖音举办了一场声势浩大的直播活动。当天，融创以近年春晚常用的模式，即1个主会场+多个分会场连线的新形式，推介了融创华南旗下位于海南、珠海、广州、清远、东莞等地的多个项目。在3个半小时的直播里，吸引76.8万名观众和17.3万个赞，直接在线上平台成交33套房产，并成功为线下引流，最终成交房产超过100套，成功打造房企营销新风潮。

· 抖音平台带动文旅、餐饮、商场等复工复产

疫情期间文旅行业受到影响，河南省多个旅游景区在抖音上进行挑战赛和话题等形式，成功吸引网友线下打卡旅行。在今年端午节假期，河南省旅游市场恢复居全国前列。全省共接待游客575.96万人次，同比恢复了61%；旅游收入18.05亿元，同比恢复了40%；分别比全国平均水平高10个、9个百分点。此外，抖音挑战赛也使一些文旅企业得到推广机会，为疫后发展奠定了基础。

游客及旅游收入数据

疫情期间，很多餐馆利用抖音直播开展线上自救。4月，知名烧肉企业厚贞牛舌烧肉研发主厨刁玉峰体验了首次抖音直播，希望通过直播带货的方式，推销团购套餐，吸引线下客流。出乎刁玉峰意料的是，首次参与的直播活动，店里主打的厚贞牛舌烤肉套餐上架即售罄，补货后又在30分

钟内全部抢购支付完毕。知名烧烤店烧货煮厂也参与了这场抖音直播，上架的140多份多门店通用团购美食套餐在开播30分钟内即被售罄。直播期间门店不断接到的预约电话。疫情期间原本不理想的客流，在直播后得到改善，连续三天都有大量顾客预约排队。

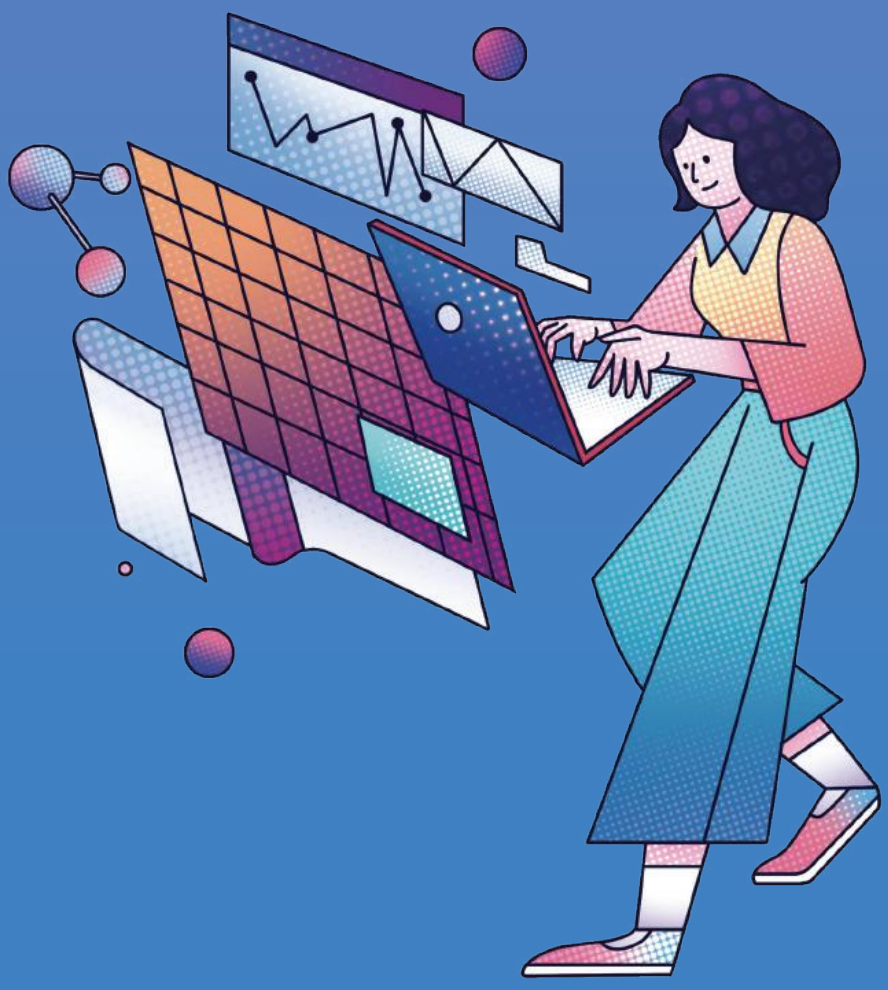
疫情期间，抖音促进复产复工并就业，助力经济稳增长和促就业。比如，上海新世界每年在妇女节期间有连续38小时营业促销的传统。今年则从线下搬到线上，在抖音进行38小时直播，由12位多类型主播为商城入驻的近60个品牌带货，满足消费者节日期间购物需求的同时。这展现出集互动、娱乐、生活方式于一体的商场面貌，为观众带来耳目一新的“云逛街”体验。3月6日上线两天，新世界直播在线观看人数超3万，点击获赞3万，吸粉近1万，创下同时期本地百货商城直播观看记录。两天直播，新世界线上线下销售总和同比上周五六，增长近10倍，销售热点集中在化妆品、黄金饰品、妇女服饰用品和小家电上。

弘阳商业广场是一个成熟的复合型商业集群，前期三天创建了7个抖音官方账号，完成开店。弘阳广场第一场抖音直播（常州弘阳广场）的观看人数达5.2万，交易200多笔，销售总额破8万元，次日第二场直播（南京弘阳广场）观看人数破22万，交易笔数超1600件，销售总额达75万。抖音还为弘阳开设了“云课堂”，针对短视频策划、直播策划、在线运营及销售后端进行系统培训，帮助商家快速上手。在正式开播前，弘阳做了细致准备和筹划，使这家购物中心的抖音直播逆袭。

崔峻（抖音号：@卡卡欧巴）创业8年，有自己的鞋品牌，40家线下实体店。疫情暴发后，线下实体关门，他只有在电商渠道每个月收入28万元，但员工工资和大部分门店的租金必须照常支付。这两笔支出每个月在100万左右，这也就意味着，每个月要纯亏70多万。他开始转战抖音直播，直播间用户从几十人到上千人，一场成交额在200万元左右，终于度过了几乎颗粒无收无比艰难的2月份。

PART-

03 抖音平台就业测算

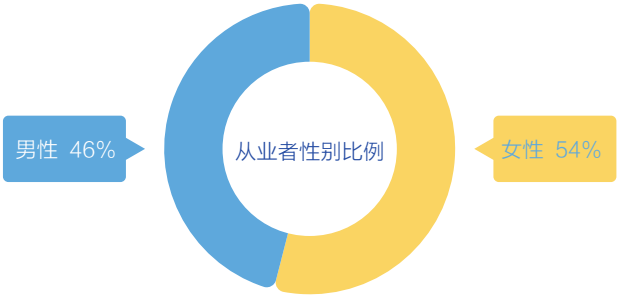


3-1 抖音平台就业人员特征分析

基于抖音平台数据统计，2019年8月至2020年8月，在抖音平台上获得收入的创作者和主播人数达到2097万人，包括直播收入、星图收入、电商收入等作者群。

对获得收入的作者进行人口统计学特征分析，发现如下值得关注的特点。从性别比例来看，男性占46%，女性占54%，女性从业者略高于男性。

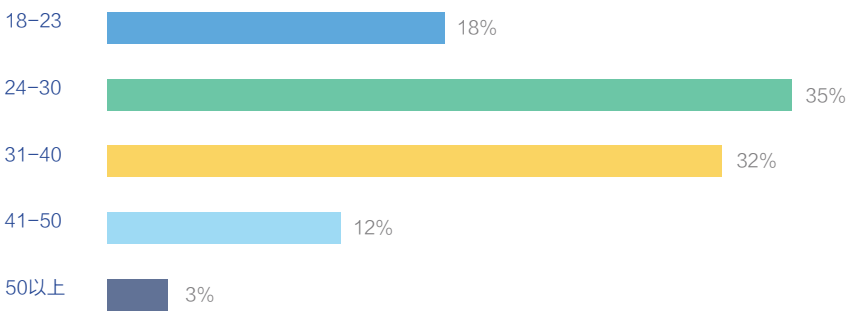
抖音平台从业者性别比例



数据来源：抖音平台2019年8月至2020年6月数据统计。

从年龄分布来看，24-30岁的占比35%，31-40岁的占比32%，表明中青年是抖音平台就业的主力军。年龄段为18-23的占比18%，这包括在校大学生和入职不久的年轻人。年龄在41-50岁的占12%，年龄在50以上的为3%，说明年龄较大的群体占比较低。

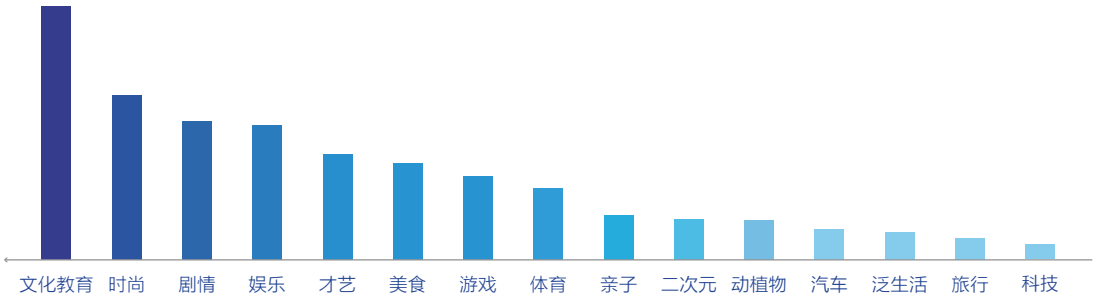
抖音平台就业人群年龄分布



数据来源：抖音平台2019年8月至2020年6月数据统计。

从抖音就业人群的行业分布来看，文化教育行业占比最高，远高于其他行业的从业者。其次是时尚行业，这同美妆、服装等电商热品的走红有关。再次是剧情、娱乐行业，以及才艺、美食、游戏、体育等行业。相对来说，亲子、二次元、动植物、汽车、泛生活、旅行、科技等行业的占比不高。

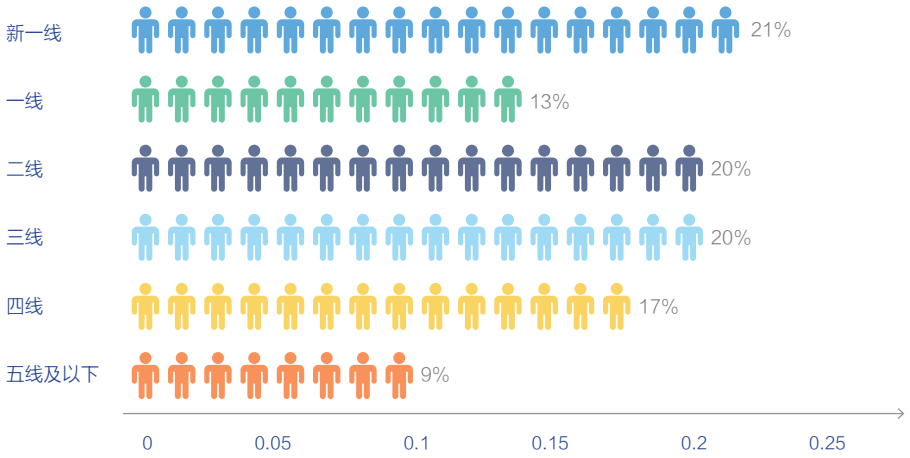
抖音就业人群行业分布top15



数据来源：抖音平台2019年8月至2020年6月数据统计。

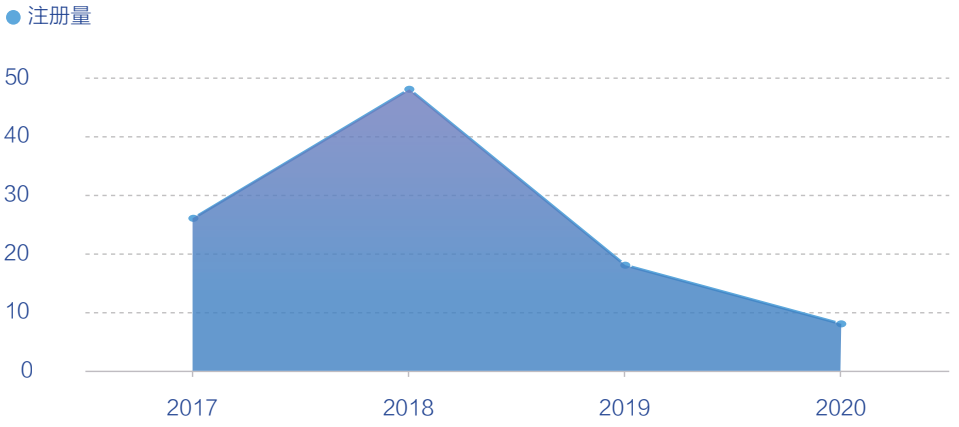
按照第一财经·新一线城市研究所发布的《城市商业魅力排行榜》，我们将中国城市分为六类。抖音就业人群的城市分布呈现如下特点，即处于腰部的新一线城市、二线和三线城市的就业规模最大，而处于一线和五线及以下的城市占比较低。数据显示，杭州、西安、青岛、成都等新一线城市的占比最高，达21%。其次是二线城市和三线城市，占比均为20%。再次是四线城市，占比达到17%。值得注意的是，一线城市的占比仅为13%，而五线及以下城市的占比不足10%（9%）。

抖音就业人群城市分布



在抖音平台有收入的作者中，账号注册时间集中在近三年。2018年注册的比例最高，达48%。其次是2017年注册的，达26%。2020年注册的为8%，而2019年注册的达18%。2019年8月至2020年6月，在抖音，有收入的作者累计直播次数达4.2亿次，累计发布电商视频4239万个，累计发布星图视频20万个。

近四年抖音账号注册比例

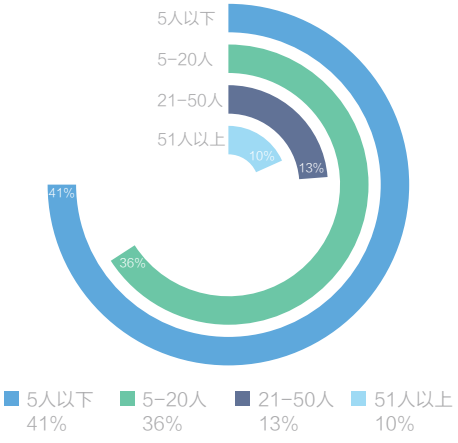


数据来源：抖音平台2017年至2020年数据统计。

3-2 抖音平台入驻企业特征

除了作者获得收入，截止2020年7月，超400万家企业在抖音开通企业号功能，有力带动了企业创业和就业。在注册企业的规模分布方面，占比最高的是5人以下的企业，占41%；其次是就业人数在5-20人的企业，占比36%。由此可见，二者合计77%，意味着就业人数在20人以下的中小企业是抖音平台的主力军，带动中小企业创业就业的作用十分明显。此外，就业人数为21-50人的占比13%，51人以上的企业占10%。

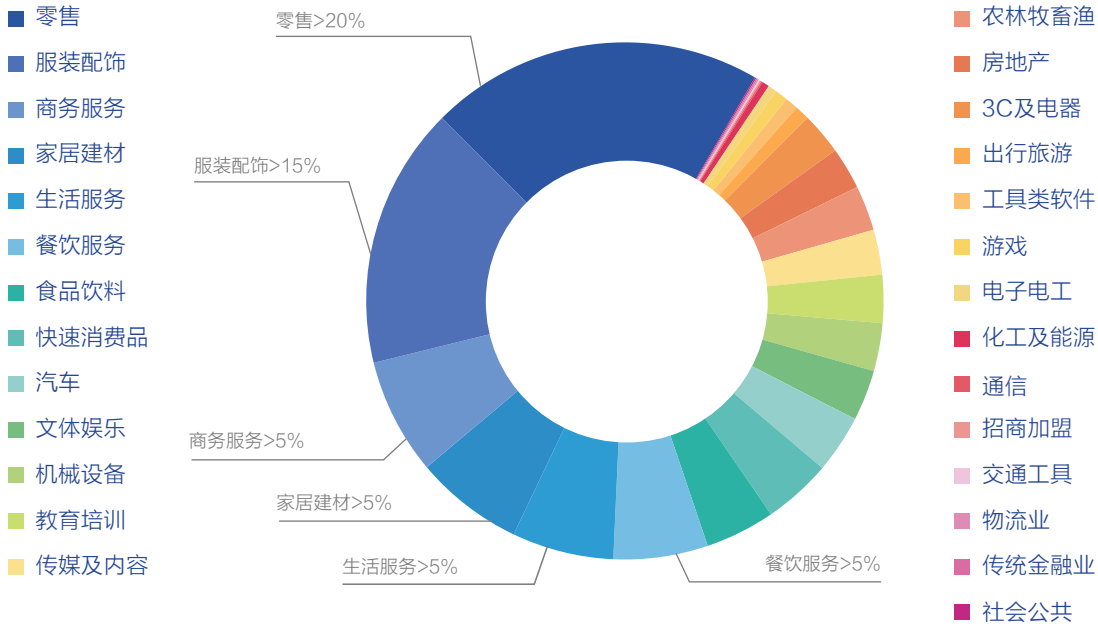
抖音平台企业号的规模分布



数据来源：抖音平台截至2020年7月数据统计。

从抖音平台企业号的行业占比来看，零售行业占比最高，超过20%。其次是服装配饰类，占比超过15%。再次是商务服务类、家具建材、生活服务、餐饮服务，占比超过5%。此外，占比较高的还有食品饮料、快速消费品、汽车、文体娱乐、机械设备、教育培训、传媒及内容、农林牧畜渔、房地产、家用电器等行业。

抖音平台企业号行业占比



数据来源：抖音平台截至2020年7月数据统计。

抖音平台为企业号的宣传、广告和销售提供了强大支持，不仅为企业营销产生了倍增效应，也为大量人员创造了就业机会。数据显示，企业号累计发布短视频5.6亿个，累计直播5000万次。在互动交流方面，2020年1-6月，带商品分享的短视频累计发布3604万个，累计播放13735亿次。挂企业直播转化组件或购物车分享的直播达2459万次，累计直播时长达5008万小时，累计用户观看次数达522亿人次。

3-3 抖音平台就业规模测算

如前所述，抖音平台上有收入的作者合计为2097万人。围绕创作者和主播而产生的团队，与内容制作、直播、电商等相关的就业类型包括但不限于：策划、专业运营、供应链管理、电商运营、物流、售后服务等。考虑到主播的运营团队带动就业效应，我们对星图作者和电商主播的团队就业人员数量进行测算，而未考虑一般的创作者和主播；未免重复建设，我们也未考虑MCN签约达人、公会签约主播。基于前期调研，我们以一个主播平均带动4个就业机会为测算依据，据此得到

计算公式：团队就业量（864万人）=创作者与主播人数（216万人）×4

MCN和公会的运营人员较多，调研显示每家至少在50人。假定每个企业号由一名工作人员负责运营，据此测算的各类机构带动的就业人数为600万人。

计算公式：机构就业量（600万人）= 机构数量×50+企业号×1

将上述创作者和主播、团队工作人员、企业号运营人员、MCN和公会运营人员加总，抖音平台总计创造的直接就业人数为3561万人。

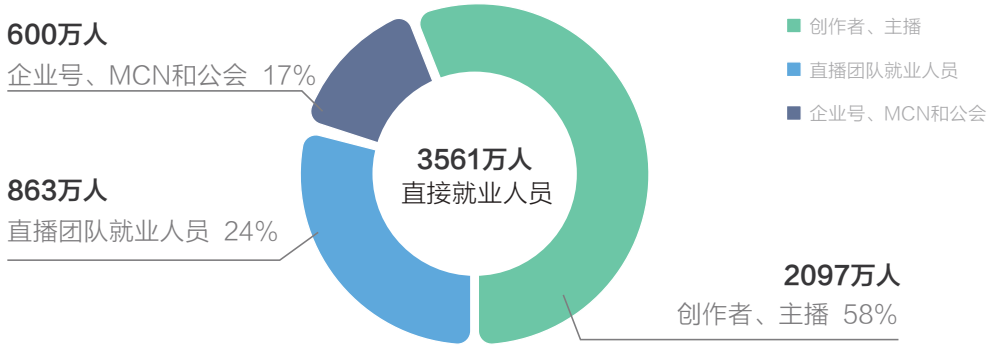
计算公式：直接就业总量（3561万人）=创作者与主播人数（2097万人）+团队就业量（864万人）+机构就业量（600万人）

对于抖音平台而言，周边就业或衍生就业主要是直播设备生产维护等带动的。基于每名主播需要至少一部手机或一台计算机测算，我们获得的区间值为34.7万人（以手机测算）~78.1万人（以计算机测算）。据此，取中间值为56万人，即抖音平台带动了约56万个间接就业机会。

基于上述直接就业量和间接就业量的估计，抖音平台总计创造和带动的就业量为3617万人。具体如下表所示。

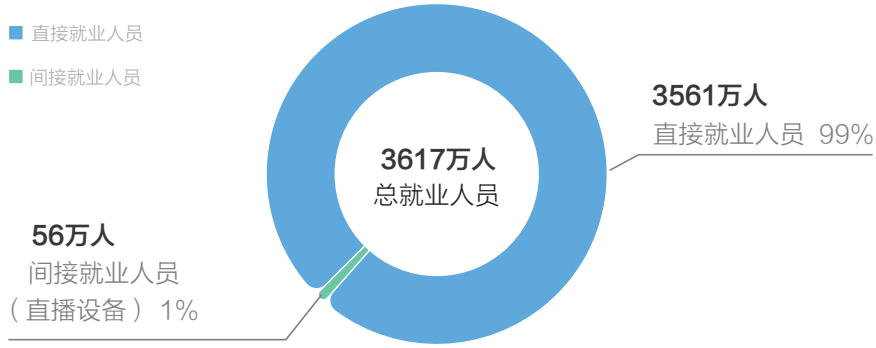
计算公式：就业总量（3617万人）=直接就业量（3561万人）+间接就业量（56万人）

抖音平台直接从业人员规模测算



注：直接就业包括短视频创作者、直播的主播，直播团队就业人员，企业号、MCN和公会的工作人员。表中数据为四舍五入，占比加总可能不等于100%。

抖音平台就业人员规模测算



注：直接就业包括短视频创作者、直播的主播，直播团队就业人员，企业号、MCN和公会的工作人员。表中数据为四舍五入，占比加总可能不等于100%。

PART-

04 结论与展望

4-1 抖音平台就业的发展趋势

随着越来越多的用户习惯于通过短视频和直播来获取信息、娱乐和消费，抖音平台由此衍生的就业规模也将进一步扩大。可以预见的是，抖音平台会带来更大规模的就业机会，满足更多有梦想、有才干和有热情的创业者和就业者实现自己的职业理想和人生梦想。抖音平台拉动的这些灵活多样、充满灵气和灵捷性强的“灵工”，预示着未来就业方式的深刻转变。基于此，我们认为抖音平台就业会出现如下发展趋势。

首先，短视频和直播行业的就业专业化程度将进一步加速推进，使分工进一步精细，使团队合作更加受到重视。

目前围绕短视频和直播电商已经衍生出许多新兴职业，工种数量和多样性也进一步扩大，这对于“让专业的人做专业的事”有很强的促进作用。这会加速抖音平台就业类型的细分，推动细分领域的就业加速职业化和专业化。与此同时，MCN、公会等中介机构将发挥更多的孵化、经营、包装和融资等中介服务，使越来越多依托专业团队的主播获得更大的发展，而单打独斗的主播则会面临更大的竞争压力。

其次，抖音平台拉动的创业和就业将加速传统行业的数字化转型，并反过来带动抖音就业。

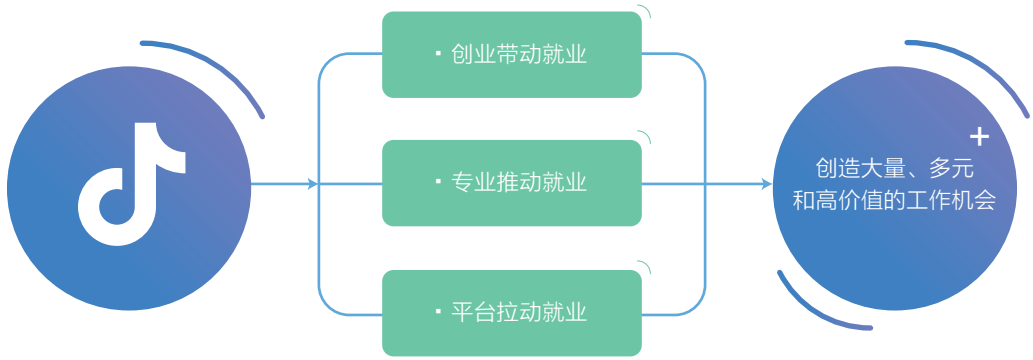
在短视频和直播平台的就业进一步发展的同时，也将反过来加速传统行业的数字化转型。当越来越多的人们习惯于自由职业或灵活就业时，在吸引和留住人才方面，传统就业模式将面临更大的挑战。比如，疫情防控推t动越来越多的企业员工在家办公，而疫后远程办公的趋势也将进一步明朗。这将加速这些企业的数字化转型，推动就业者掌握更大的就业自主性。

最后，抖音平台拉动的创业和就业将逐步规范和加速分化。

无论是直播带货还是社交电商，在草莽英雄时代都经历了几何级增长，并吸引大量资本和人才的进入。但是，“野蛮式增长”也伴随着泥沙俱下和鱼龙混杂，使整个行业的发展走向备受关注。随着新兴业态日趋成熟和政府监管日益完善，相关就业将趋于规范，行业内部的分化也将进一步加剧。如何加快行业治理规则的确立，建立优胜劣汰的市场竞争机制，避免“劣币驱逐良币”，是短视频和直播平台就业面临的突出挑战。

4-2 推动新兴就业健康发展的对策建议

抖音平台通过创业带动就业、专业推动就业、平台拉动就业，创造了大量、多元和高价值的工作机会。进一步扩大短视频和直播相关就业规模，让更多的人可以在抖音平台获得就业机会。为了进一步推动新兴就业健康发展，应做好如下方面。



抖音平台推进新兴就业

抖音平台通过创业带动就业、专业推动就业、平台拉动就业，创造了大量、多元和高价值的工作机会。进一步扩大短视频和直播相关就业规模，让更多的人可以在抖音平台获得就业机会。为了进一步推动新兴就业健康发展，应做好如下方面。

首先，应加快建立新兴就业的统计监测研究，为摸清家底和跟踪研究提供基础数据。

《国务院办公厅关于支持多渠道灵活就业的意见》和《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》都提出，要加强新业态新模式就业统计监测研究。本报告的研究表明，对抖音平台等新业态新模式所创造的就业规模和结构进行测算是充满挑战的。这既同这些就业类型的新颖和多样有关，也同目前就业统计监测研究方法的滞后和局限有关。这需要平台企业同政府部门和学术机构通力合作，建立健全就业跟踪、统计、监测和研究体系，使平台企业创造的大量就业机会得到肯定并纳入统计，并吸引更多的分析和研究，助力抖音平台就业的成长和优化。

其次，应加大对新业态新模式就业人员的劳动权益保障。

新兴业态下的就业往往呈现为灵活就业，无论是劳务合同的签署还是“五险一金”的保障，亦或是工作稳定性和职业安全等，都难以同常规企业的各方面保障相比。目前直播带货领域中的收入

存在严重的两极分化，光鲜工作的背后是就业回报的不平等。招聘平台BOSS直聘发布的《2020上半年直播带货人才报告》显示，71%的主播月收入不到1万元，每天需要工作10-12个小时。但是，新兴业态本身需要灵活性和灵捷应变，如果照搬既有的就业保障模式，则会不利于这些创业团队和企业的快速发展。因此，只有创新劳动保障方式，加大对新兴业态就业人员的劳动权益保障，才能促进这些就业新模式的可持续发展。

再次，应打破传统的人才评价和奖励制度，为新业态从业者提供公平竞争环境。

对抖音平台就业人员的研究显示，学历、履历等因素不是创业成功和就业的关键，也不应成为创业和从业的进入门槛。恰恰是一批在传统人才评价体系中不被视为人才的人们，通过创业和灵活就业而取得了巨大成功。无论是直播达人李佳琦在上海获得户籍，还是快递小哥在杭州获得百万住房补贴，都反映了各地政府“不拘一格降人才”的包容开放姿态。各地政府应打破既有的人才评价体系，真正从人才的创业和就业能力出发，对人才评价、户籍准入、子女教育、创业支持等方面的制度进行改革，以适应新业态就业人员的发展需要。

最后，进一步发挥新兴业态对城镇低收入者、农村居民、退伍军人、残障人士、贫困户等重点就业群体的就业拉动作用。

在传统就业体系中，这些重点人群的就业渠道较窄，就业机会不大，收入也不高。抖音平台等平台企业为这些人群提供了大量低门槛、多元化和高潜力的就业机会，人社部、民政部、退役军人事务部、农业农村部、扶贫办、团委、妇联、残联等有关部门，应理解和支持抖音平台等新兴职业的健康规范发展。特别是要加强政府部门与平台企业的协同治理，共同推动重点人群的创业和灵活就业，为脱贫攻坚、全面建设小康社会等事业做出巨大贡献。

PART-

05 研究方法

5-1 直接就业测算

本报告使用的主要数据来自抖音平台提供的就业总量和结构数据，并结合国家统计局发布的相关统计数据进行测算。

- 直接就业与增收的规模测算和结构分析利用的数据来自抖音平台，包括获得收入的主播、创作者、电商、达人等，开通商品分享功能的企业号账号数据，以及账号的注册信息（注册时间、注册类型、认证信息）、注册人的个人信息（性别、年龄、学历、地区）以及流量和互动数据，如商品分享视频发布数、播放数、直播次数、直播时长、用户观看次数、粉丝数等方面的数据。

如前所述，主播是短视频和直播行业的“主角”，但是其背后会有几位乃至数百位的“配角”。他们发挥各不相同的作用，但是通过团队通力合作而共同推动产品销售、知识推广和业务拓展。我们选取典型和有代表性的短视频和直播账号，对其带动的直接就业情况进行分析，并作为其他账号的测算依据。所谓典型性是指在特定行业和细分领域，各类指标上处于平均值或中位数的账号，由此可以基于账号总数来推断估计全体就业带动情况。

直接就业量的计算公式为：就业量=主播人数*（1+团队系数）。

从调研情况来看，大量主播都是单枪匹马地创业或就业。对于个体经营的主播和创作者，我们将团队系数定为0，即只将主播和创作者本人纳入统计，而不纳入团队成员。

- 对于星图创作者和电商主播，基于平均一个主播需要至少4名辅助人员的团队系数，我们据此测算抖音平台的直接就业人数。从目前MCN签约达人和公会签约主播的总体情况来看，一般至少会配备4名工作人员，因此基于此测算是保守估计直接就业量。考虑到主播所在运营团队的职业和工种类型较多，一些网红主播的团队人员规模可以达到上百人，本研究的估计仍然是保守的。未免重复计算，我们在此未考虑MCN签约达人和公会签约主播的团队带动就业。

- 对于企业号的运营，我们假定每个账号需要至少1名有收入的人员负责，因此将企业号的账号数量等同于其所拉动的就业量，即团队系数为0。

MCN和公会的运营人员数量庞大，我们调研的案例既有大中型机构，也有小微型机构，但是普遍都有至少50名工作人员。因此，我们将在抖音平台运营的MCN和公会纳入直接就业测算，并以50作为就业拉动系数来进行机构就业人数估算。

5-2 间接就业测算

对于抖音平台，间接带动的就业主要是直播设备生产调试、产品物流配送等相关就业类型。就业拉动作用通常根据奥肯定律计算，即在失业率与经济增长率之间存在一定的相关关系。奥肯定律的普遍表达式是：失业率=系数*GDP增长率。由于失业率数据不可靠，一般会直接以“就业量=系数*GDP”的形式，来估计经济增长与就业之间的关系。一般的测算步骤是将直接消费数据作为GDP支出法中的消费构成，得到其对GDP的直接贡献。通过完全消耗系数得到中间产出带来的间接GDP贡献，最后将GDP与就业联系起来，得到间接就业人数的估算。需要说明的是，关于奥肯定律在中国失灵的争议较多，因此基于此而测算的就业机会需要谨慎使用。

间接就业测算的方法较为多样，此前针对滴滴出行、腾讯微信、阿里巴巴等的研究报告，主要采用两种测算方法。一种测算方法是基于平台企业所创造的产值或消费的产品和服务，根据生产函数得到对应的就业量。另一种测算方法是通过抽样问卷调查，来基于问卷获取的数据进行测算。考虑到数据的可及性、可靠性和有效性，我们主要依据前一种方法进行测算。对应直播行业衍生的工作机会，我们采用经验法则进行测算。

短视频、直播和电商带动了摄影、录像和直播设备（如电脑、手机、相机、话筒、三脚架、打光灯、直播间布景等）的生产和销售，从而拉动这些制造行业的就业。其中，手机是短视频和直播的最核心设备，属于“计算机、通信和其他电子设备制造业”（见2017国民经济行业分类中，第39类），而打光灯、相机等属于第34类的“通用设备制造业”。考虑到打光灯、相机等辅助设备难以找到对应产品的数量，而且也不属于直播的最核心设备，所以我们以手机的产量来估算间接就业量。

我们参照直播设备的数量与价值，估算直播产业的上下游就业量。直播设备属于制造业大类中“计算机、通信和其他电子设备制造业”的细分行业。具体以直播设备制造的函数估算就业拉动作用，根据柯布道格拉斯生产函数列式如下：ln(L)=a*ln(Y)+b。其中，L是计算机、通信和其他电子设备制造业对应的城镇单位行业就业人数，Y是手机或计算机的产量。我们假定每个主播使用一部手机或一台计算机，据此对其间接带动的就业进行测算。当然，这显然是低估的间接就业量，但是在缺少可靠调查数据的情况下，这样的测算是可接受的。关于就业带动系数，我们基于最新的2017年投入产出表来估算中间使用与最终使用的比值，据此得到就业带动系数。

除此以外，抖音平台自身还有较大的就业规模，包括技术运维、内容审查、创意策划等就业类型。在疫情期间，当很多企业裁员时，抖音平台则大力扩招。这不仅体现了抖音平台的就业潜力，也凸显了企业社会责任。由于数据限制，对此我们没有进行测算。

中国人民大学
国家发展与战略研究院
National Academy of Development and Strategy, RUC
抖音

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

START YOUR FINANCE

起点财经，网罗天下报告